

RESPON KRISIS PT. RAYON UTAMA MAKMUR PADA KASUS LIMBAH PABRIK

(Analisis Isi Media Harian Solopos Edisi Oktober 2017-April 2018)



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

Oleh

TRISYIA CHUSNUL CHOTIMAH

L100 140 116

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

**RESPON KRISIS PT. RAYON UTAMA MAKMUR PADA KASUS
LIMBAH PABRIK**

(Analisis Isi Media Harian Solopos Edisi Oktober 2017-April 2018)

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

TRISYIA CHUSNUL CHOTIMAH

L100 140 116

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Dr. Dian Purworini, MM

NIK.1102

HALAMAN PENGESAHAN

**RESPON KRISIS PT. RAYON UTAMA MAKMUR PADA KASUS
LIMBAH PABRIK**

(Analisis Isi Media Harian Solopos Edisi Oktober 2017-April 2018)

OLEH

TRISYIA CHUSNUL CHOTIMAH

L100 140 116

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Jumat, 23 November 2018
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji:

- 1. Dr. Dian Purworini, MM
(Ketua Dewan Penguji)**
- 2. Agus Triyono, M.Si
(Anggota I Dewan Penguji)**
- 3. Budi Santosa, M.Si
(Anggota II Dewan Penguji)**

(.....)

(.....)

(.....)



Dekan,

Dr. Nurgiyatna, S.T., M.Sc.

NIK. 881

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelas terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 15 Oktober 2018

Penulis



TRISYIA CHUSNUL CHOTIMAH

L100 140 116

RESPON KRISIS PT. RAYON UTAMA MAKMUR PADA KASUS LIMBAH PABRIK (Analisis Isi Media Harian Solopos Edisi Oktober 2017-April 2018)

Abstrak

Krisis merupakan fenomena negatif yang dapat terjadi pada perusahaan atau organisasi apa saja, kapan saja dan dimana saja. Krisis berpotensi disorot oleh media massa. Disisi lain, media massa dapat membentuk persepsi publik sesuai dengan keinginannya. Maka dari itu, perusahaan harus memahami bagaimana media bekerja. Reputasi perusahaan bergantung pada kecepatan responnya. Penelitian ini berusaha melihat strategi respon krisis yang digunakan PT. Rayon Utama Makmur (RUM) untuk menanggapi krisis di media Solopos. Latar belakang krisis ini yaitu munculnya bau menyengat di beberapa desa di Kecamatan Nguter Sukoharjo yang diduga berasal dari limbah pabrik PT RUM. Menggunakan analisis isi kuantitatif deskriptif dengan uji validitas isi dan reliabilitas antar *coder* menghasilkan temuan 24 artikel berita mengenai kasus limbah pabrik yang memuat respon dari PT RUM sepanjang Oktober 2017-April 2018. Strategi respon krisis yang disediakan oleh *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) sebagai landasan teori menunjukkan bahwa kategori respon krisis terbanyak yang digunakan PT RUM dalam media Solopos adalah *justification* sebanyak 75%. Hasil ini menunjukkan bahwa respon PT RUM cenderung berupa penjelasan mengenai upaya-upaya yang dilakukan untuk menghilangkan bau limbah. Meskipun kategori *justification* mendominasi pemberitaan di Solopos, penelitian ini juga menemukan kategori *apology* sebanyak 8,3%.

Kata Kunci: analisis isi, respon krisis, *situational crisis communication theory*

Abstract

Crisis is a negative phenomenon that can be happen in every companies or organization, everytime and everywhere. The crisis has potential to be highlighted by the mass media. On the other side, the mass media can make public perceptions according to their wishes. Therefore, the company must understand how the mass media work. So, to maintain its reputation, the company must response quickly everything by using mass media. This research tries to discern how the crisis response strategy that is used by PT. Rayon Utama Makmur (RUM) to be up against their crisis in Solopos Newspaper. The causal factor of the PT RUM crisis is come from bad smell industrial cesspool in some village in Nguter Sukoharjo. The research use descriptive quantitative analysis with content validity test and coder reliability that find 24 fact article about crisis response strategy of industrial cesspool news of PT RUM in Solopos Newspaper during October 2017-April 2018. Based on Situational Crisis Communication Theory (SCCT), the crisis response categorized in highly is Justification in Solopos mass media. It is about 75%. This condition give some explanation about the efforts of PT. RUM make the bad smell industrial cesspool disappear. Although, the Justification category in Solopos Newspaper are much dominated. The researcher found an Apology category of 8,3%.

Keywords: content analysis, crisis response, situational crisis communication theory

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini, berbagai bisnis berkembang dengan pesat mulai dari bisnis organisasi maupun perorangan ataupun bisnis maupun non-bisnis. Hal tersebut menjadikan adanya persaingan yang ketat antara perusahaan satu dengan yang lainnya. Dalam berbisnis penting untuk menumbuhkan reputasi yang baik agar perusahaan atau organisasi tersebut terus berkembang (Coombs, Frandsen, Holladay, & Johansen, 2010). Dengan reputasi perusahaan yang baik, citra perusahaan dan kepercayaan para pemangku kepentingan pun juga akan meningkat (Wulandari, 2011). Namun, hampir seluruh organisasi atau perusahaan baik besar maupun kecil yang sudah memiliki reputasi baik pun pernah mengalami krisis. Krisis dapat terjadi pada perusahaan atau organisasi apa saja. Ketika organisasi terancam oleh krisis lingkungan eksternal (misalnya bencana alam) atau kejadian internal (misalnya perubahan struktural), kebutuhan komunikasi pun meningkat sampai batas tertentu (Zhong & Low, 2009).

Krisis merupakan suatu fenomena yang terjadi secara tiba-tiba dan berpotensi menghasilkan suatu hal negatif yang akan mempengaruhi organisasi, publik, produk, finansial yang mempertaruhkan reputasi (Coombs, Frandsen, Holladay, & Johansen, 2010). Krisis berhubungan erat dengan pemangku kepentingan atau *stakeholder* seperti pemerintah, publik atau masyarakat, maupun yang lain. Mereka juga merupakan *audiens* dan penerima pesan respon krisis. Ketika krisis terjadi, perusahaan harus mempersiapkan strategi komunikasi yang baik untuk mencegah kehancuran reputasi (Wulandari, 2011). Purworini (2016) juga menyarankan untuk segera menyelesaikan krisis agar organisasi maupun pemilik kepentingan tidak mengalami kerugian. Oleh sebab itu, ketika dilanda krisis perusahaan harus segera memberikan konfirmasi yang jelas kepada *stakeholder* melalui media (Ahmad, Ashari, & Samani, 2017). Pemberian informasi kepada publik sangatlah penting. Media massa merupakan saluran komunikasi yang sangat cepat dan akurat dalam menyebarkan informasi. Sebagian besar pemangku kepentingan atau *stakeholder* menggunakan media berita untuk mengumpulkan informasi mengenai organisasi (Coombs, 2007).

Fediuk, Pace, & Butero (2010) dalam Purworini (2017) meyakini bahwa krisis berpotensi untuk disorot oleh media. Sebelum berita disebarkan ke publik, media massa akan membentuk pesan - pesan melalui tahapan konstruksi terlebih dahulu. Munshi dkk (2014) menjelaskan bahwa cara jurnalis terhubung dengan masalah publik dapat dilihat dari proses memilih dan menekankan poin penting, sampai bagaimana mereka menyampaikan pesan tersebut (Purworini, 2017). Media khususnya berita memiliki kecenderungan untuk menyalahkan anggota atau organisasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, hadirnya media membuat organisasi mau tidak mau harus memahami bagaimana media bekerja. Dampak dari pemberitaan oleh media massa menimbulkan efek yang

sangat kuat. Media massa dapat membentuk persepsi publik sesuai dengan keinginannya (Purworini, Kuswarno, Hadisiwi, & Rakhmat, 2016).

Pemberitaan mengenai PT. Rayon Utama Makmur (RUM) menjadi berita penting di Sukoharjo dan sekitarnya. PT RUM merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kapas sintesis (fiber rayon). Perusahaan atau pabrik ini berdiri pada tahun 2013 yang beralamat di Jl. Sunggorunggi - Jatipuro Km.3,8 No.8 Kelurahan Plesan Kecamatan Nguter Kabupaten Sukoharjo dan diperkirakan mampu menghasilkan 80.000 ton fiber rayon per tahunnya dengan jumlah pekerja 1.300 orang (Solopos.com, 2017). Pada bulan Oktober 2017, PT RUM di isukan telah mencemari udara dan merusak ekosistem sungai di sekitar pabrik akibat limbah dari hasil produksi. Limbah tersebut mengeluarkan bau tak sedap yang mengganggu aktivitas warga dan juga mengakibatkan beberapa warga mengeluh batuk, pilek, mual, pusing dan ada beberapa yang terserang ISPA (Infeksi Saluran Pernafasan Akut) (SukoharjoneWS.com, 2018).

Isu tersebut menimbulkan berbagai macam gerakan sosial di masyarakat, antara lain gerakan demonstrasi yang dilakukan oleh beberapa mahasiswa dan warga Kecamatan Nguter di depan pabrik. Hal tersebut terus dilakukan sampai pada kerusakan fasilitas PT RUM yang diduga dilakukan oleh tiga mahasiswa dan dua warga kemudian terjadilah penangkapan oleh Polda Sukoharjo. Aksi gerakan sosial itu sendiri merupakan bentuk protes dari warga dan para aktivis terkait bau limbah pabrik yang dihasilkan oleh PT RUM (Solopos.com, 2018).

Dalam Purworini, Kuswarno, Hadisiwi, dan Rakhmat (2017), Reynolds & Seeger (2005) menjelaskan bahwa masyarakat dan *stakeholder* mengharapkan sebuah respon organisasi yang baik. Respon yang tidak jelas tidak akan ditoleransi karena akan merusak reputasi organisasi. Selain itu, Benoit (1997) juga meyakini bahwa untuk bertahan hidup, organisasi sangat tergantung pada kecepatan responnya (Ki & Nekmat, 2014). Berdasar pada pernyataan diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui dan menganalisa respon komunikasi krisis yang dilakukan oleh PT. Rayon Utama Makmur (RUM) melalui kutipan pada berita di media harian Solopos yang merupakan media lokal terbesar di Solo (Wilandari, 2016). Menggunakan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) yaitu teori yang melihat bahwa krisis berdampak buruk bagi semua aspek (Coombs, 2007).

Keraton Kasunanan Surakarta juga menggunakan media massa yaitu koran untuk merespon krisisnya mengenai kasus perebutan tahta setelah meninggalnya Paku Buwono XII tahun 2004. Berdasarkan penelitian Wilandari (2016) menggunakan analisis isi kuantitatif dan kategorisasi respon krisis dari *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) milik Coombs (2007) menghasilkan ke-efektifan strategi *attack the accuser* pada media Solopos dan Joglosemar dalam merespon krisisnya. Purworini (2016) juga menyatakan dalam penelitiannya menggunakan analisis

framing pada media harian Solopos bahwa media memiliki peran yang sangat penting dalam memandang konflik Keraton Kasunan Surakarta.

Di Indonesia sendiri, penelitian mengenai kajian komunikasi krisis belum banyak ditemukan. Maka dari itu, dengan adanya penelitian ini diharapkan kajian mengenai komunikasi krisis pun semakin luas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi respon krisis dari PT. RUM dalam menanggapi krisis di media dengan menggunakan kategorisasi dari Coombs. Berdasarkan hal tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana respon PT. Rayon Utama Makmur (RUM) dalam menanggapi krisis di media harian Solopos?.

1.2 Telaah Pustaka

1.2.1 Krisis Organisasi

Krisis adalah kejadian yang berpotensi menghasilkan sesuatu negatif dan akan mempengaruhi organisasi, perusahaan atau industri, serta pihak-pihak berkuasa, produk, layanan, dan juga nama baik (Fearn-banks, 2011). Thomas Kuhn (1996) menjelaskan bahwa krisis akan menyerang sebuah organisasi ketika suatu organisasi itu berhenti menemukan permasalahan di daerah sekitar tempat mereka berada (Nova, 2011). Mengutip dari Kriyantono (2015), G. Harrison (2005) mengemukakan bahwa sebenarnya sebuah krisis tidak dipicu oleh sebuah peristiwa, melainkan dari penanganan peristiwa tersebut, termasuk bagaimana interpretasi dan reaksi publik dan manajemen terhadap peristiwa itu.

Situasi krisis dalam sebuah organisasi merupakan hal yang biasa terjadi. Krisis bersifat tiba-tiba dan tidak dapat di prediksi. Akan tetapi, situasi krisis dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan reputasi organisasi atau perusahaan menjadi lebih baik di mata publik apabila organisasi tersebut memiliki manajemen krisis yang baik. Tetapi, apabila manajemen krisis dari organisasi atau perusahaan tersebut buruk, reputasi perusahaan akan menurun dan berdampak buruk bagi publik dan *stakeholder*-nya (Fearn-banks, 2011).

Dalam Zyglidopoulos (1999), penelitian yang dilakukan Hayes (Dyer, 1995) menunjukkan bahwa krisis tergantung pada bagaimana perusahaan atau organisasi merespon sebuah peristiwa (Kriyantono, 2015: 229). Manajemen krisis merupakan proses dari rencana organisasi untuk menghindari suatu krisis. Proses disini dimaksudkan untuk menghapus resiko dan ketidakpastian di masa depan yang bisa di prediksi dan berguna untuk menentukan proses evaluasi atau penyelamatan. Manajemen krisis yang baik dan efektif tidak hanya dapat meminimalkan atau menghilangkan krisis, tetapi juga mampu merubah reputasi organisasi menuju reputasi yang lebih positif bahkan sebelum krisis terjadi (Fearn-banks, 2011).

Dalam Coombs (2007) dijelaskan, ada tiga penyebab yang memicu terjadinya krisis organisasi yaitu *victim cluster*, *accidental cluster* dan *preventable cluster*. Pada kelompok *victim cluster* organisasi diposisikan sebagai korban dari peristiwa krisis. *Accidental cluster* meyakini bahwa peristiwa krisis terjadi akibat tindakan organisasi yang tidak disengaja. Sedangkan *preventable cluster*, organisasi secara sadar atau sengaja melakukan tindakan yang tidak pantas atau melanggar hukum/ peraturan.

Berdasarkan pengamatan peneliti, kasus limbah pabrik PT RUM termasuk dalam kategori *preventable cluster* yaitu tindakan yang disengaja (*human error*). Saat itu PT RUM sedang melakukan uji coba produksi bahan baku menggunakan bahan kimia berupa asam sulfat dan *acid*, namun terjadi masalah pada mesin produksi sehingga limbah tersebut menguap (Sukoharjo.sorot.co, 2018). Dengan demikian, PT RUM dianggap belum merencanakan dengan matang mengenai sebab dan akibat yang akan ditimbulkan dari uji coba tersebut.

Contoh kasus di Indonesia dalam menangani krisis adalah kasus Rumah Sakit Omni dan Prita. Krisis ini diawali dengan ketidakpuasan Prita mengenai pelayanan rumah sakit yang menjadi membesar akibat tindakan dari manajemen Omni yang memilih menyidangkan Prita ke pengadilan sebagai kasus pencemaran nama baik. Akibatnya, kasus ini dinilai gagal karena publik menilai negatif dan menganggap RS Omni sewenang-wenang terhadap rakyat biasa (Kriyantono, 2015: 230-231). Kasus ke dua yaitu kasus dugaan pelanggaran hukum oleh PT. Indo Beras Unggulan (PT IBU) yaitu perusahaan yang memproduksi beras merek “Maknyuss” dan “Ayam Jago”. PT IBU di isukan telah melakukan kecurangan dengan membeli harga gabah petani melebihi harga batas yang ditetapkan pemerintah. Meskipun perusahaan ini dinyatakan selamat dari krisis, namun kasus ini masih tergolong gagal karena belum mampu menghapus persepsi negatif di mata masyarakat. Hal ini disebabkan, langkah yang diambil oleh PT IBU cenderung melakukan strategi *denial* (menyerang). Selain itu, PT IBU juga tidak banyak memberikan pernyataan terhadap media. (Purworini, 2017).

1.2.2 *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT)

SCCT yang dirumuskan oleh W. Timothy Coombs merupakan gabungan dari teori atribusi. SCCT memiliki tiga model atau elemen dasar yaitu; situasi krisis, sistem komunikasi yang menyelaraskan situasi krisis, dan strategi penanganan krisis yang tepat. Artinya, sebuah perusahaan harus mengenali situasi krisis terlebih dahulu dan kemudian menentukan tindakan dalam menyikapi krisis melalui komunikasi dengan menggunakan strategi penanganan yang tepat (Kennardy, 2017). *Situational Crisis Communication* (SCCT) biasa digunakan untuk menjelaskan reaksi publik terhadap situasi krisis dan reputasi yang terjadi pada suatu perusahaan, organisasi maupun instansi.

SCCT berpendapat bahwa komunikasi mempengaruhi persepsi orang dalam melihat suatu krisis. Artinya, kata-kata yang digunakan dan tindakan yang diambil oleh manajemen krisis mampu mempengaruhi bagaimana orang memandang organisasi atau krisis tersebut (Coombs, 2007). Fokus dari SCCT sendiri adalah bagaimana cara perusahaan dapat mengantisipasi krisis dan mencegah kehancuran reputasi (Wulandari, 2011).

Krisis dapat dibagi menjadi beberapa jenis berdasarkan tingkat tanggung jawab, faktor dalam sejarah krisis, riwayat hubungan, dan tingkat keparahan krisis (Dulaney & Gunn, 2018). Tujuan dari teori SCCT ini adalah untuk meningkatkan pemahaman persepsi masyarakat terhadap situasi krisis yang terjadi (Coombs, 2007). Dalam Coombs (2007, p. 165) menyebutkan bahwa SCCT memiliki landasan teori yaitu teori atribusi yang berguna untuk mengantisipasi reaksi publik terhadap krisis dengan menggunakan strategi respon krisis (*crisis response strategy*) oleh manajer krisis. Strategi respons krisis adalah bentuk jawaban dari organisasi (Coombs, 2007).

Coombs & Holladay (2014) dalam Purworini (2017) menjelaskan bahwa keberadaan komunikasi ketika terjadi krisis sangatlah dibutuhkan karena dapat meminimalisir rusaknya reputasi dan juga dapat menghasilkan persepsi yang positif di masyarakat. Morley juga menjelaskan bahwa kualitas pemikiran strategi dan komitmen manajemen untuk mencapai tujuan yang telah disepakati dapat menentukan baik atau buruknya reputasi dari perusahaan tersebut (Kriyantono, 2015: 71). Dalam menangani sebuah krisis, pastinya organisasi menginginkan kesuksesan yang akan menjadikan reputasi organisasi tersebut membaik. Kunci utama dalam manajemen krisis adalah telah dipersiapkannya cara bagaimana menghadapi krisis (Ardiyanto, 2011).

Coombs (2006) dalam Lussak (2017) meyakini bahwa reputasi perusahaan bergantung pada bagaimana publik dapat menerima respon perusahaan terhadap krisis. Respon krisis yang tepat akan dapat mengembalikan legitimasi dan menjaga reputasi perusahaan, bahkan mampu meningkatkan keuangan perusahaan (Lussak, 2017). Coombs (2007) menyediakan sepuluh strategi respon krisis yang dapat membantu manajer krisis melindungi aset reputasi serta membantu dalam mempersiapkan dan menanggapi krisis. Ke-sepuluh kategori strategi respon krisis tersebut dibagi menjadi empat tipe yaitu, tipe pertama adalah *deny* (menyangkal) dengan kategori *attack the accuser* (menyerang penuduh), *denial* (menolak adanya krisis) dan *scapegoat* (melempar kesalahan). Tipe ke dua adalah *diminish* (mengurangi) dengan kategori *excuse* (alasan) dan *justification* (pembenaran). Tipe yang ke tiga adalah *rebuild* (membangun kembali) dengan kategori *compensation* (memberi kompensasi) dan *apology* (permintaan maaf). Tipe yang terakhir ialah *bolstering* dengan tiga kategori yaitu *reminder* (mengingatkan kembali kinerja positif perusahaan), *ingratiation* (menyanjung *stakeholder* dengan prestasi perusahaan), dan *victimage* (menyatakan bahwa dirinya adalah korban)(Coombs, 2007).

Masing-masing dari strategi tersebut memiliki dampak potensial yang nantinya berguna di berbagai organisasi publik seperti korban krisis, negosiator korban krisis, pengacara, kelompok lobi dan masyarakat pada umumnya. Dampak potensial ini penting dan harus dicatat karena akan bermanfaat bagi publik dan masyarakat. Adanya dampak potensial ini, publik dan masyarakat akan mampu memahami setiap strategi respon krisis, konteks di mana masing-masing disampaikan, dan sejauh mana serta strategi mana yang mampu meminimalkan dampak krisis dalam kehidupan mereka (Khiambi & Shafer, 2015).

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi (*content analysis*). Tujuan dari analisis isi ini adalah untuk menggambarkan, mengkarakteristikan pesan komunikasi yaitu respon yang dimuat dalam berita di media harian Solopos berdasarkan kategorisasi respon krisis SCCT dan bukan menguji hipotesis (Eriyanto, 2013). Adapun subjek dalam penelitian adalah pemberitaan mengenai kasus limbah pabrik PT RUM pada media harian Solopos dalam kurun waktu bulan Oktober 2017-April 2018. Alasan pemilihan waktu tersebut karena awal pemberitaan mengenai PT RUM muncul pada akhir Oktober 2017, kemudian puncaknya pada bulan Desember 2017-Februari 2018 terjadi aksi demo, pada bulan Maret 2018 PT RUM dinyatakan ditutup, dan krisis mereda pada bulan April.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua berita mengenai kasus limbah pabrik PT RUM yang ada di media harian Solopos edisi Oktober 2017-April 2018 tercatat ada 48 berita. Peneliti menggunakan sampel *non-probability* yaitu *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel karena memiliki kriteria tertentu pada saat menentukan sampel yakni pemberitaan yang memuat respon dari PT RUM mengenai kasus limbah pabrik yang dimuat sejak bulan Oktober 2017-April 2018. Setelah diamati dari 48 berita mengenai limbah PT Rayon Utama Makmur (RUM) peneliti hanya menemukan 24 artikel berita yang memuat respon dari PT RUM baik secara langsung maupun melalui pihak lain. Tujuan utama penelitian dengan SCCT ini tidak melihat dari peran media massa dalam situasi krisis yang menyebabkan reputasi PT RUM menurun, melainkan untuk melihat bagaimana respon yang digunakan perusahaan dalam mengkomunikasikan krisis yang terjadi. Kalimat-kalimat yang dikemukakan oleh perwakilan dari PT RUM dalam pemberitaan di media harian Solopos dianalisis sebagai respon PT RUM dalam menanggapi krisis (Purworini, 2017).

Analisis data yang digunakan adalah deskriptif frekuensi dengan menggambarkan gejala atau peristiwa dari satu variabel yang diteliti tanpa menjelaskan hubungan-hubungan yang ada. Penelitian ini menggunakan unit pencatatan dimana bagian isi dari berita akan dicatat, dihitung dan

dianalisis (Eriyanto, 2013). Proses melakukan *coding* menggunakan unit sintaksis dimana perhitungannya adalah frekuensi dari kalimat berupa respon dari pihak PT RUM (Kriyantono, 2015). Dalam tahap ini, sampel yang terkumpul di-*coding* kemudian dikategorisasikan berdasarkan kategori respon krisis SCCT.

Keakuratan data dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan validitas isi dan reliabilitas data. Dengan uji validitas isi diharapkan semua indikator secara lengkap telah masuk ke dalam alat ukur konsep. Dalam penelitian ini perlu dipastikan apakah semua kata

yang berhubungan dengan limbah pabrik PT RUM telah masuk dalam hitungan. Sedangkan uji reliabilitas menggunakan antar coder, yaitu; coder pertama adalah peneliti sendiri dan coder kedua adalah Anggi Putri Larasati, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi FKI UMS angkatan 2014 dengan menggunakan formula holsti dengan rumus berikut (Eriyanto, 2013).

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2} \quad (1)$$

Keterangan :

CR = *Coefficient Reliability*

M = Jumlah sampel yang disetujui oleh pengkoding dan peneliti

N1 = Jumlah sampel yang disetujui oleh pengkoding

N2 = Jumlah sampel yang disetujui oleh peneliti

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Penyajian Data

Penelitian dalam tahap ini menyajikan data sesuai pemberitaan Koran Solopos edisi Oktober 2017-April 2018 setelah dianalisis kemudian disusun dalam bentuk tabel distribusi frekuensi untuk mempermudah pemahaman hasil data. SCCT digunakan karena penelitian ini berusaha menganalisis krisis dengan mencari tahu respon apa yang digunakan PT RUM untuk mengatasi krisis berdasarkan kategorisasi respon krisis SCCT. Berikut adalah kategorisasi strategi respon SCCT milik Coombs.

Tabel 1. Kategorisasi SCCT

Kategori	Strategi Respon Krisis
1	<i>Attack the Accuser</i>
2	<i>Denial</i>
3	<i>Scapegoat</i>
4	<i>Excuse</i>
5	<i>Justification</i>
6	<i>Compensation</i>
7	<i>Apology</i>
8	<i>Reminder</i>
9	<i>Ingratiation</i>
10	<i>Victimage</i>

Sumber: Analisis Data

3.1.1 Validitas

Langkah dalam penelitian data yakni menggunakan uji validitas. Validitas isi digunakan dalam penelitian ini karena semua indikator dari konsep disertakan dalam penelitian. Penelitian dinyatakan valid jika alat ukur yang digunakan telah sesuai dengan standart yang dilakukan dalam penelitian (Neuedroft, 2001). Pengukuran validitas isi biasanya menggunakan buku atau jurnal sebagai pembanding (Eriyanto, 2013). Penelitian ini menggunakan pengukuran berdasarkan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) dalam jurnal berjudul “*Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory*” milik Coombs (2007). Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini ialah sepuluh kategorisasi respon krisis dari Coombs (2007), yakni *attack the accuser* (menyerang penuduh), *denial* (menyangkal adanya krisis), *scapegoat* (melempar kesalahan), *excuse* (meminimalkan tanggung jawab organisasi), *justification* (pembenaran), *compensation* (memberikan kompensasi), *apology* (permintaan maaf), *reminder* (mengingatkan kembali kinerja positif perusahaan), *ingratiation* (menyanjung *stakeholder* dengan prestasi perusahaan), dan *victimage* (menyatakan bahwa dirinya adalah korban).

Selain itu, penelitian dengan pengukuran SCCT juga pernah dilakukan Eyun-Jung Ki dan Elmie Nekmat (2014) meneliti tentang kegunaan dan efektifitas Facebook untuk manajemen krisis oleh Fortune 500 perusahaan. Dayang Aizza, Noratikah dan Mus Chairil (2017) juga menggunakan SCCT dalam penelitiannya yang fokus pada respon krisis aktual yang disebarkan oleh MAS di halaman Facebook resmi mereka pada hari krisis terjadi (yaitu 8 Maret 2014) dengan analisis framing. Dan yang terbaru dilakukan oleh Emmett Dulaney dan Rebecca Gunn (2018) yang menggunakan strategi respon krisis dari SCCT di dalam penelitiannya mengenai penggunaan strategi respon *apology* (permintaan maaf) dalam lima insiden keracunan makanan tingkat tinggi.

Maka, pengukuran dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid karena sudah ada data-data pendukung sebelumnya.

3.1.2 Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan setelah data dinyatakan valid. Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan temuan yang sama ketika dilakukan oleh orang yang berbeda (Eriyanto, 2013). Pengukuran reliabilitas penelitian ini menggunakan reliabilitas antar *coder* yaitu dengan menggunakan 2 *coder*. *Coder* pertama adalah peneliti sendiri dan *coder* kedua adalah Anggi Putri Larasati mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2014. Dalam uji reliabilitas tidak semua sampel harus di uji, di butuhkan sekurangnya 10% dari populasi unit studi. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut.

$$n = \frac{(N-1)(SE)^2 + (PQ)(N)}{(N-1)(SE)^2 + (PO)} \quad (2)$$

Keterangan :

N = Jumlah sampel yang diteliti

SE = Standar Error

PQ = Tingkat persetujuan yang diharapkan

Total sampel keseluruhan adalah 24 berita. Menggunakan tingkat persetujuan 90%, maka P = 0.90, Q = 0.10. Tingkat kesalahan 5%, dari tingkat kepercayaan 95%. Hasil menunjukkan 20,72 dibulatkan menjadi 21 sesuai dengan rumus diatas. Sehingga uji reliabilitas menggunakan 21 artikel berita. Berikut merupakan temuan data penelitian berdasarkan ukuran reliabilitas.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Tanggal	Judul Berita	Coder I	Coder II	Setuju (S) atau Tidak Setuju (TS)
26/10/2017	Limbah Bau, PT RUM Janji Mengatasi	5	5	S
27/10/2017	RUM Jamin Kesehatan Warga	6	6	S
29/11/2017	Forum Warga PGCP Akan Gelar Aksi	5	5	S
02/12/2017	Ratusan Warga Tuntut Janji PT. RUM	5	4	TS
06/12/2017	Bermasker Demi Memperoleh Ilmu	6	6	S
06/12/2017	IAIN Tak Intervensi Tapi Memfasilitasi	5	4	TS
05/01/2018	PT RUM bakal Pasang CEM	5	5	S
08/01/2018	Besuk Warga Dipertemukan dengan Manajemen PT RUM	5	5	S
10/01/2018	Warga Kecewa Pertemuan Tak Hasilkan Solusi	4	2	TS
18/01/2018	Warga Plesan akan Gelar Aksi	5	5	S
19/01/2018	Warga Tak Hadir, PT RUM Minta Maaf	7	7	S
20/01/2018	PT RUM Ditenggat Sebulan	5	7	TS

20/01/2018	Orang Tua Tak Bisa Nikmati Hari Tua	5	5	S
25/01/2018	Warga mengadu ke Polda Jateng	5	7	TS
06/02/2018	PT RUM Klaim Bau Limbah Berkurang	5	5	S
14/02/2018	Warga Masih Mencium Bau Menyengat	5	5	S
17/02/2018	Warga Ancam Demo Besar-Besaran	5	5	S
19/02/2018	Bupati Ingatkan Kesepakatan	5	5	S
22/02/2018	PT RUM Setop Sementara Produksi	6	6	S
16/03/2018	PT RUM Hati-Hati Kelola Limbah	7	7	S
16/04/2018	Warga Minta Udara Tak Tercemar Polusi	5	5	S
Total		S= 16 TS= 5		
Reliabilitas = $2M/(N1+N2) = 2(16)/(21+21) = 0,76$ (76%)				

Sumber: Analisis Data

Pengukuran reliabilitas data diatas diukur berdasarkan formula holsti dan diketahui hasilnya adalah 0.76 atau 76%. Agar data bisa dinyatakan reliabel, hasil uji reliabilitas harus melebihi batas minimum dari formula holsti yaitu 0.70 atau 70% (Eriyanto, 2013). Artinya, penelitian ini sudah bisa dinyatakan reliabel karena sudah melewati batas minimum dari formula holsti.

3.2 Analisis Data

Langkah awal dalam melakukan analisis adalah dengan mendeskripsikan temuan dan menjabarkan data menggunakan statistik deskriptif (Eriyanto, 2013). Dalam penelitian ini, temuan data yang diperoleh dari hasil uji validitas dan reliabilitas dianalisis. Kemudian dikelompokkan ke dalam tabel distribusi frekuensi. Fungsi dari tabel ini agar mempermudah dalam melihat hasil analisis data yang ditemukan peneliti. Berikut merupakan 24 artikel berita di media harian Solopos dari hasil temuan peneliti yang telah dikategorisasikan berdasarkan 10 kategori respon krisis SCCT milik Coombs.

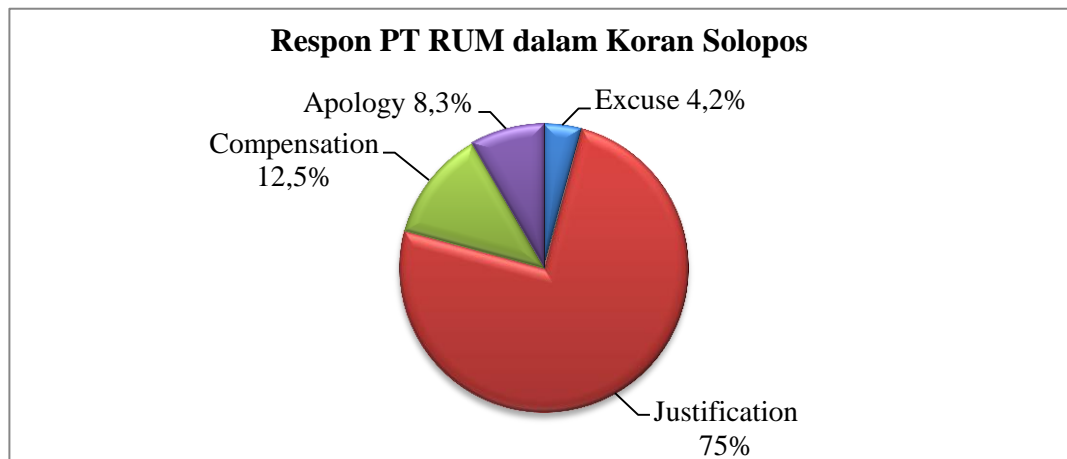
Tabel 3. Distribusi Frekuensi

Kategori SCCT	Frekuensi	Persentase (%)
<i>Attack the Accuser</i>	0	0%
<i>Denial</i>	0	0%
<i>Scapegoat</i>	0	0%
<i>Excuse</i>	1	4.2%
<i>Justification</i>	18	75%
<i>Compensation</i>	3	12.5%
<i>Apology</i>	2	8.3%
<i>Reminder</i>	0	0%
<i>Ingratiation</i>	0	0%
<i>Victimage</i>	0	0%
Total	24	100%

Sumber: Analisis Data

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa dari 10 kategori respon krisis SCCT hanya 4 yang digunakan PT RUM untuk merespon krisis yang terjadi. Empat kategori tersebut adalah *excuse*,

justification, *compensation* dan *apology*. Dari ke-empat kategori diatas penelitian ini menemukan kategori *justification* mendominasi pemberitaan di media harian Solopos edisi Oktober 2017 – April 2018 sebanyak 18 artikel dari 24 total sampel yang dianalisis. Berikut adalah diagram untuk mempermudah dalam melihat data temuan peneliti terkait respon PT RUM dalam pemberitaan Solopos berdasarkan kategorisasi SCCT.



Gambar 1. Diagram Respon PT RUM dalam Koran Solopos berdasarkan SCCT

Sumber: Analisis Data

3.3 Pembahasan

Situational Crisis Communication (SCCT) biasa digunakan untuk menjelaskan reaksi publik terhadap situasi krisis dan reputasi yang terjadi pada suatu perusahaan, organisasi maupun instansi. Teori ini juga dapat digunakan untuk memahami bagaimana strategi respon krisis yang dilakukan oleh perusahaan (Coombs, 2007). Penggunaan SCCT juga banyak dilakukan dalam penelitian maupun suatu organisasi. Dengan demikian, SCCT dipercaya dapat mengantisipasi reaksi publik terhadap krisis yang dapat mengancam reputasi organisasi (Dulaney & Gunn, 2018). Disisi lain, krisis berpotensi untuk disorot oleh media (Purworini, 2017). Hadirnya media membuat organisasi mau tidak mau harus memahami bagaimana media bekerja. Hal itu dikarenakan, media massa memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi publik sesuai dengan keinginannya (Purworini, Kuswarno, Hadisiwi, & Rakhmat, 2016).

Media harian Solopos yang diteliti merupakan bentuk *e-paper* atau versi digital dari versi cetak fisiknya. Pemberitaan terkait kasus limbah PT RUM terjadi selama bulan Oktober 2017-April 2018. Penelitian ini berusaha melihat bagaimana PT RUM merespon krisis yang terjadi melalui pesan yang disampaikan dalam berita. Penelitian ini menghasilkan temuan 48 artikel berita mengenai PT RUM. Namun, dari 48 artikel hanya 24 yang memuat respon dari pihak PT RUM.

Sesuai hasil analisis data diatas, penelitian ini hanya menemukan 4 dari 10 kategori respon krisis SCCT yang digunakan oleh PT RUM yakni, *excuse*, *justification*, *compensation* dan *apology*.

Kategori strategi *deny* (*attack the accuser, denial, dan scapegoat*) tidak ditemukan dalam penelitian ini karena sejak awal pemberitaan, PT RUM sudah menunjukkan pertanggung jawabannya melalui delapan kesepakatan yang disaksikan warga Celep, Gupit dan Plesan (“RUM Jamin Kesehatan Warga” Oktober 27 2017). Selain strategi *deny*, penelitian ini juga tidak menemukan strategi *bolstering* (*reminder, ingradiaton, dan victimage*). Hal ini dikarenakan strategi *bolstering* merupakan strategi yang cocok digunakan untuk krisis kecil yang tergolong jenis krisis *victim cluster* atau sebagai strategi sekunder/ pendamping pada jenis krisis *accidental cluster*. Oleh sebab itu, strategi *bolstering* tidak cocok digunakan dalam jenis krisis besar yang tergolong *preventable cluster* seperti kasus limbah pabrik PT RUM ini. Berdasar temuan penelitian diatas, berikut merupakan hasil penelitiannya.

3.3.1 Kategori *Excuse*

Excuse merupakan kategori dimana perusahaan berusaha untuk meminimalkan tanggung jawab dari peristiwa - peristiwa pemicu krisis (Coombs, 2007). Indikator dari *excuse* berupa pernyataan ataupun sikap yang ditunjukkan oleh perusahaan dengan berdalih. Selain itu, perusahaan juga menyatakan tidak mampu mengendalikan peristiwa-peristiwa yang memicu krisis (Coombs, 2007). Sesuai dengan indikator tersebut, PT RUM mencoba meyakinkan masyarakat dengan menggunakan alasan tertentu dengan tujuan untuk meminimalkan krisis. Berdasar temuan penelitian di media harian Solopos terdapat satu artikel berita yang memuat tentang respon *excuse* terkait limbah PT RUM sepanjang bulan Oktober 2017-April 2018.



Gambar 2. Screenshot Artikel Berita Solopos Edisi 10 Januari 2018

Respon PT RUM yang dimuat dalam berita diatas tergolong kategori *excuse* karena pemberitaan tersebut mengandung penjelasan PT RUM yang menyangkal adanya kandungan zat berbahaya (CS2) pada limbah pabrik yang dapat membahayakan masyarakat sekitar. Artinya, dengan pernyataan tersebut PT RUM menyangkal telah berbuat jahat kepada warga. Tindakan *excuse* oleh PT RUM merupakan bentuk upaya untuk mengurangi tanggung jawab atas krisis yang terjadi. PT RUM lebih cenderung tidak menolak krisis, melainkan lebih menghadapi krisis terkait dampak apa saja yang akan timbul di kemudian hari. Selain itu, PT RUM juga menegaskan bahwa mereka masih berupaya menghilangkan bau. Artinya, PT RUM tidak melawan tetapi berusaha membatasi tanggung jawab dan akibat yang dapat mempengaruhi reputasinya di masa depan.

3.3.2 Kategori *Justification*

Justification atau pembenaran merupakan strategi perusahaan dengan mengambil tanggung jawab untuk meminimalkan kerusakan yang disebabkan oleh krisis (Coombs, 2007). Indikator pada kategori ini adalah ketika perusahaan menunjukkan dengan menjelaskan upaya-upaya pertanggung jawaban untuk menyelesaikan krisis (Coombs, 2007). Tujuannya agar dampak dari krisis tidak bertambah parah dan jika upaya perbaikan tersebut berhasil reputasi perusahaan dapat terselamatkan. Kategori ini mendominasi seluruh pemberitaan limbah pabrik yang memuat respon PT RUM edisi Oktober 2017-April 2018 sebesar 75% dengan ditemukannya artikel sebanyak 18 berita. Artinya strategi ini lebih sering digunakan PT RUM untuk merespon krisis.

Forum Warga PGCP akan Gelar Aksi

SUKOHARJO—Masyarakat sekitar pabrik PT Rayon Utama Makmur (RUM), Kecamatan Nguter, berencana mengadakan aksi damai, Kamis (30/11) lusa. Aksi diduga karena bau limbah masih terjadi dan meluas hingga Kecamatan Sukoharjo dan Bendosari.

Warga yang menggelar aksi menamakan diri Forum Komunikasi warga Desa Plesan Cupit, Celep, Pengkol (PGCP). Kedatangan massa ke pabrik PT RUM untuk menyikapi limbah dari pabrik yang selama ini masih terjadi.

Ada dua tuntutan yang diajukan yakni memohon PT RUM selama belum bisa mengendalikan limbah udara agar tidak beroperasi dulu dan meminta jawaban atas surat yang telah dikirimkan ke PT RUM. Penanggung jawab aksi, Brian Rangga Antoni, membenarkan aksi akan dilakukan lagi. "Bau limbah semakin menyengat," ujar dia kepada wartawan, Selasa (28/11).

Dia juga menyatakan surat dari forum kepada PT RUM, di antaranya berisi limbah hasil produksi masih mengalir ke sungai sekitar pabrik dan telah merusak ekosistem sungai. Jika PT RUM akan memproduksi harus membuat informasi tertulis kepada warga sekitar selambatnya tujuh hari sebelum produksi.

Kapolsek Nguter, AKP Didik Noer TJ mewakili Kapolres Sukoharjo, AKBP Iwan Sikiladi, saat dihubungi membenarkan rencana aksi damai tersebut. Kapolsek menyatakan surat pemberitahuan aksi sudah diterima. Aksi akan dilaksanakan Kamis.

Sementara itu, Dirut PT RUM, Mochamad Rachmat, menyatakan siang hari bau ada tetapi tidak menyengat. Hal sama disampaikan HRD PT RUM, Haryo Ngadiyono. "Kalau bau, namanya pabrik ada bau tapi tidak menyengat."

Sedangkan pada awal November lalu di

hadapan pers, Dirut PT RUM Sukoharjo, Mochamad Rachmat, menjelaskan perusahaan PT RUM, Desa Celep, Kecamatan Nguter, mengklaim delapan kesepakatan warga sudah dipenuhi. Kesepakatan itu muncul dalam aksi damai warga tiga desa ke pabrik tersebut beberapa waktu lalu. Namun, pemasangan alat deteksi limbah masih dalam pemesanan dan direncanakan alat tersebut dipasang di beberapa lokasi di luar pabrik.

Didampingi Manajer Sumber Daya Manusia PT RUM, Haryo dan Institutional Relation, Bintoro Dibyoseputro, Rachmat menyatakan sesuai aksi damai pihak perusahaan telah memeriksa kesehatan terhadap 33 warga terdampak. "CSR (Corporate Social Responsibility) nantinya dikembalikan kepada masyarakat. Saat ini pabrik belum berproduksi tetapi CSR sudah diberikan kepada masyarakat," papar dia.

Rachmat menegaskan ke depan limbah terbuang dari pabrik dalam kondisi bersih. "Alat detektor limbah sudah dipesankan dan akan dipasang di luar pabrik. Sementara soal Amdal adalah produk pemerintah, sehingga PT RUM mengikuti aturan dan tidak akan membuang limbah sembarang. Alat detektor limbah nanti bisa mendeteksi limbah yang keluar dari cerobong. Juga jika terjadi kendala produksi pihak pabrik kan memberitahukan kepada warga sekitar untuk bersiap-siap mengungsi. Limbah terbuang dari pabrik sesuai baku mutu."

Rachmat menjelaskan ada embung di lokasi pabrik. Lokasi penampungan air atau embung. "Maksudnya jika terjadi ketertutupan di saluran air dari penampungan bisa digelontorkan air untuk membersihkan sumbatan di saluran-saluran tersebut," papar dia. (Trianto Haryo Suryono)

Gambar 3. Screenshot Artikel Berita Solopos Edisi 29 November 2017

Pada berita diatas PT RUM menyatakan telah berupaya melakukan perbaikan pada penyebab krisis. PT RUM menggunakan strategi ini untuk membatasi tanggung jawab krisis dan menstabilkan reputasi perusahaan agar tidak menurun. Tetapi, kenyataannya bau juga tercium di dalam pabrik. Direktur PT RUM juga mengakui bahwa bau ada tetapi tidak menyengat ("Forum

Warga PGCP akan Gelar Aksi” November 29 2017). Oleh sebab itu, PT RUM tidak menggunakan strategi *deny* atau penyangkalan sejak awal dan lebih memilih untuk ikut bertanggung jawab menyelidiki krisis tersebut.

Dalam pernyataan Direktur Umum PT RUM pada pemberitaan di atas, Mochamad Rachmat menjelaskan upaya-upaya yang telah dilakukan untuk menghilangkan bau. Artinya, PT RUM melakukan tindakan *justification* untuk menyelesaikan krisisnya. Melalui pernyataan tersebut terlihat bahwa PT RUM bertanggung jawab atas krisis yang terjadi. Tujuan dari tindakan ini sendiri adalah untuk meminimalkan tanggung jawab PT RUM dan mencegah menurunnya reputasi dari PT RUM.

Berdasar data temuan penelitian, PT RUM terbuka kepada media maupun masyarakat mengenai aktivitas pabrik maupun perkembangan krisis. Hal tersebut dapat dilihat dari tindakan PT RUM yang tidak pernah absen dalam kegiatan mediasi yang diadakan pemerintah Sukoharjo (“Warga Plesan akan Gelar Aksi” Januari 18 2018). Tindakan tersebut merupakan bukti bahwa PT RUM selalu terbuka kepada media dan masyarakat untuk segera menyelesaikan krisis.

Meskipun *justification* mendominasi pemberitaan di Solopos, kategori ini dinyatakan belum efektif karena belum mampu menyelesaikan permasalahan yang disebabkan oleh krisis. Ke-tidak efektifan ini dapat dilihat dari ketidak tahuan PT RUM terhadap sumber/ penyebab bau dan lambannya usaha PT RUM untuk menghilangkan bau menyengat dari limbah yang diproduksinya. Selain itu, usaha PT RUM dalam melakukan perbaikan alat produksi di dalam pabrik juga terkendala. Alat tersebut tidak bisa didatangkan langsung dikarenakan membutuhkan waktu panjang untuk proses pemesanannya.

3.3.3 Kategori *Compensation*

Compensation merupakan strategi respon krisis SCCT yang ke-enam. Dalam kategori ini, perusahaan memberikan kompensasi sebagai bentuk tanggung jawab (Coombs, 2007). Strategi ini efektif digunakan bagi perusahaan dengan kategori krisis besar seperti kasus limbah PT RUM. Indikator dalam kategori *compensation* adalah perusahaan menawarkan uang atau hadiah bagi para korban (Coombs, 2007). Dalam kasus ini, bentuk kompensasi yang PT RUM berikan kepada warga adalah jaminan kesehatan (“RUM Jamin Kesehatan Warga” Oktober 27 2017). Tindakan ini dilakukan oleh PT RUM untuk meredakan kemarahan warga akibat limbah dengan bau menyengat yang dihasilkan pabrik dan mencegah timbulnya dampak buruk yang kemungkinan terjadi di masa depan. PT RUM menggunakan strategi ini hanya pada beberapa waktu saja tergantung pada perkembangan krisis.

Bermasker demi Memperoleh Ilmu

Trianto Hery Suryono

Aktivitas warga sekitar pabrik PT Rayon Utama Makmur (RUM) terus bermunculan. Mereka menyatakan tidak betah menghirup bau tersebut dan berharap bau limbah tidak terjadi lagi. "Bau limbah campur aduk dan memuakkan. Kadang bau seperti jengkol, petai, dan bau menyengat. Bau muncul di pagi hari saat jam berangkat sekolah, pukul 04.00 WIB hingga pukul 08.00 WIB," ujar Wanti.

Senada, salah seorang orang tua siswa, Supar, menambahkan bau limbah tak hanya didium warga Plesan tetapi warga desa lain. Menurut dia, bau limbah tercium warga tergantung arah angin. "Bau limbah muncul di pagi atau malam hari. Saat membuka

pintu rumah sudah tidak sedap lagi. Dampak bau mual, pusing, dan kasihan anak sekolah tidak konsentrasi belajar," papar dia.

Sementara itu, di Desa Kedungwinong desa berdekatan dengan Plesan bau limbah juga menjalar ke desa itu, tetapi anak sekolah tidak mengenakan masker. Sumar, seorang guru di Kedungwinong menyatakan bau limbah menyengatkan pelajar karena tidak konsentrasi belajar.

Dapat Laporan

Terpisah, Direktur Utama PT Rayon Utama Makmur (RUM), Mochamad Rachmat, mengakui telah mendistribusikan masker untuk siswa SDN Plesan.

"Kami [PT RUM] dapat laporan dari Kepala SDN Plesan tentang bau limbah sehingga siswa membutuhkan

masker. Laporan itu ditindaklanjuti dengan memberikan masker dan susu kepada siswa sejumlah 78 buah," ujar dia saat ditemui *Espos* di IAIN Surakarta, Selasa.

Rachmat menyatakan pemberian masker dilakukan jika ada warga yang melapor tentang bau. Dia menyatakan baru satu SD yang melapor. Menurut dia, bau limbah tidak menyebar merata tetapi tergantung arah angin.

Pengolahan limbah sudah maksimal tetapi masih ada bau. Ibarat bayi berjanji sekecil terjatuh sehingga dibangun kembali. Pengolahan limbah ini sudah berjalan jika di perjalanan ada bau maka kelemahan itu segera ditutup. Selama operasional akan diketahui dimana letak kelemahan pengolahan limbah."

Gambar 4. Screenshot Artikel Berita Solopos Edisi 6 Desember 2017

Pada pemberitaan diatas PT RUM mendistribusikan masker dan susu kepada siswa TK (Taman Kanak-kanak) dan SD (Sekolah Dasar) Desa Plesan. Hal ini dilakukan PT RUM karena mendapatkan laporan langsung dari Kepala SDN Plesan mengenai bau dari limbah pabrik yang mengganggu pernafasan serta kegiatan belajar mengajar di sekolah. Penggunaan strategi ini dinilai tepat karena PT RUM menggunakan tindakan ini dengan bijak sehingga tidak memunculkan isu lain dalam arti memberikan kompensasi untuk menyuap. Selain itu, Pramono juga menjanjikan bahwa perhentian produksi sementara PT RUM tidak akan berdampak pada perhentian kerja sejumlah 1.300 karyawan. PT RUM juga akan membiayai secara keseluruhan kesehatan warga terdampak limbah pabrik ("PT RUM Setop Sementara Produksi" Februari 22 2018). Pernyataan tersebut membuktikan bahwa kompensasi PT RUM tidak hanya di berikan kepada external perusahaan, tetapi juga internal perusahaan. Dalam penelitian Suyasa dkk (2016) menghasilkan temuan bahwa kompensasi internal perusahaan dapat meningkatkan motivasi kerja dan kepuasan karyawan.

Pada pernyataan diatas PT RUM mengetahui apa yang di cemaskan oleh warga. Warga mengakui, berdirinya PT RUM juga membantu membuka lapangan pekerjaan bagi warga sekitar. Oleh karena itu pemberian kompensasi yang dilakukan PT RUM dinilai masih sesuai porsi dan tidak berlebihan. Dalam krisis ini PT RUM lebih cenderung bertanggung jawab untuk melakukan perbaikan krisis. Hal ini disebabkan karena PT RUM menyadari bahwa krisis terjadi akibat kesalahan dalam pengoperasian pabrik.

3.3.4 Kategori *Apology*

Apology merupakan strategi terakhir yang digunakan PT RUM dalam merespon krisisnya. Strategi ini biasanya digunakan perusahaan ketika sudah tidak mampu menyelesaikan krisis. Indikator dari *apology* sendiri adalah perusahaan menyatakan permohonan maaf dan mengambil tanggung jawab penuh atas krisis (Coombs, 2007). Penggunaan strategi ini dalam temuan peneliti di media harian Solopos dilakukan PT RUM sebanyak dua kali. Tindakan ini dilakukan ketika bau limbah tak kunjung berkurang meskipun sudah dilakukan berbagai upaya oleh PT RUM (sebelum masa

tenggat) dan ketika pemberian waktu satu bulan yang telah disepakati dengan warga dan pemerintah Sukoharjo untuk menghilangkan bau telah habis (sesudah masa tenggat).

Warga Tak Hadir, PT RUM Minta Maaf

SUKOHARJO—Masyarakat terdampak dugaan limbah bau PT Rayon Utama Makmur (RUM), tak hadir di kegiatan dengar pendapat atau *hearing* DPRD Sukoharjo, Kamis (18/1).

Trianto Hery Suryono
redaksi@solopos.co.id

Mereka tizin karena berkonsentrasi aksi demo yang akan dilakukan Jumat (19/1). Warga terdampak meminta *hearing* dijadwalkan ulang. Sementara pihak PT RUM meminta maaf atas munculnya bau saat pabrik beroperasi.

Hearing dihadiri Bupati Sukoharjo, Wardoyo Wijaya, Presdir PT RUM, Pramono, beserta direktur dan manajer, kepala desa di desa terdampak, Pimpinan Daerah Muhammadiyah Sukoharjo, Pimpinan Daerah Pemuda Muhammadiyah dan kepala dinas terkait, serta Kapolres Sukoharjo, AKBP Iwan Saktiadi.

Bupati tak mau diduduki di kursi pimpinan dan duduk di kursi undangan. Ketua DPRD Sukoharjo, Nuryanto, menyatakan warga terdampak dalam wadah Masyarakat Peduli Lingkungan telah mengirimkan surat permohonan

Warga terdampak limbah bau meminta jadwal ulang pelaksanaan dengar pendapat DPRD.

PT RUM memasang alat penyedot bau dari Eropa dan pengerjaan alat selama setahun.

penundaan atau penjadwalan ulang *hearing*. "Siang tadi (Kamis) surat dari Masyarakat Peduli Lingkungan dikirim ke DPRD. Permintaan untuk dijadwalkan ulang *hearing* dan nanti dijadwalkan ulang, namun *hearing* hari ini (Kamis) tetap berjalan karena tamu undangan yang lain sudah hadir," jelas dia.

Dia menolak *hearing* digelar karena akan ada aksi damai, Jumat. Menurut dia, jadwal DPRD Sukoharjo sejak November hingga awal Januari 2018 masih padat.

Bupati mengait anggota DPRD Sukoharjo, Ketua Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Sukoharjo, Wiwojo Aji Santoso, dan lima anggota Majelis Lingkungan Hidup PDM Sukoharjo, Prabang Setyono dari Lingkungan Hidup UNS. Lima anggota Majelis Lingkungan Hidup Pimpinan Daerah Muhammadiyah (MLH PDM) Sukoharjo akan meneliti dan mengkaji limbah bau tersebut. Lima orang yang juga dosen UMS itu adalah Kuswaji, Kun Harisma, Munawar Kholli, Alif Noor Anna, dan Nuniti Nurhayati. Kuswaji mengatakan akan masuk ke lingkungan

pabrik sewaktu waktu.

"Kami sepakat jika bau limbah PT RUM beracun pabrik ditutup, tetapi keberadaan PT RUM itu sudah memenuhi regulasi sehingga penutupannya juga sesuai regulasi. Saya sendiri tinggal di Bendosari ikut merasakan bau. Untuk itu perlu dilakukan langkah-langkah penanganan," ujar Nuryanto.

Presiden Direktur PT RUM, Pramono menyampaikan permohonan minta maaf kepada masyarakat Sukoharjo atas bau yang ditimbulkan. "Kami meminta maaf kepada masyarakat Sukoharjo atas bau yang tak nyaman sejak dimulainya operasional PT RUM. Semua itu karena kesalahan kami. Ke depan sudah dilakukan perbaikan dan sudah ada peningkatan sehingga bau mulai berkurang."

Dia menjelaskan 10 hari ke depan diharapkan bau sudah bisa diminimalisasi. "Proses pengabutan ruangan sudah dilakukan. Kami mendatangkan mesin dari ulang bau dari Eropa dan mendatangkan 23 teknisi untuk memasangnya agar bau bisa diminimalisasi, namun pengerjaannya membutuhkan waktu satu tahun," papar dia.

Gambar 5. Screenshot Artikel Berita Solopos Edisi 19 Januari 2018

Berita diatas Pramono selaku Presiden Direktur PT RUM mengakui kesalahan dan meminta permohonan maaf atas bau yang ditimbulkan dari limbah hasil produksi pabrik. Respon dari PT RUM tersebut sesuai kriteria dan cara kerja dari kategori *apology*. Schweitzer, Brooks, dan Galinsky (2015) mengatakan bahwa permintaan maaf menjadi efektif apabila seorang pemimpin mengekspresikan penyesalan, menunjukkan keterbukaan dan komitmen untuk berubah (Dulaney & Gunn, 2018). Permintaan maaf tersebut dicetuskan ketika acara *hearing* oleh DPRD. Tujuan diadakannya acara tersebut adalah untuk membahas kesepakatan yang akan dilakukan PT RUM. Poin kesepakatan tersebut salah satunya membahas masa tenggat PT RUM selama satu bulan. *Hearing* hanya dihadiri oleh Bupati Sukoharjo yaitu Wardoyo Wijaya, kepala desa di desa terdampak, Pimpinan Daerah Muhammadiyah Sukoharjo, Pimpinan Daerah Pemuda Muhammadiyah dan kepala dinas terkait, serta Kapolres Sukoharjo yaitu AKBP Iwan Saktiadi. Walaupun sebagian besar warga tidak hadir PT RUM tetap meminta permohonan maaf dalam acara tersebut. Hal tersebut membuktikan bahwa PT RUM menyesal karena tidak bisa mengantisipasi krisis yang terjadi.

▶ LINGKUNGAN HIDUP

PT RUM Hati-Hati Kelola Limbah

NCUTER—Peristiwa aksi massa dan berakir dengan tindak anarkis rusakan fasilitas umum PT Rayon Utama Makmur (RUM), Desa Plesan, Kecamatan Nguter, menjadi pelajaran manajemen pabrik. PT RUM akan lebih berhati-hati dalam mengelola limbah sehingga tidak menimbulkan bau. Pemasangan mesin *Wet Scrubber* dilakukan agar bau lewat cerobong setinggi 120 meter tidak terjadi lagi.

Saat ini, PT RUM telah diberi sanksi tidak berproduksi hingga 18 bulan sejak Februari 2018. Selama sanksi dari Bupati Sukoharjo, Wardoyo Wijaya, PT RUM memperbaiki dan memasang mesin pengolahan limbah. Salah satunya mesin *Wet Scrubber*, yaitu peralatan pengendali pencemar udara yang berfungsi untuk mengumpulkan partikel-partikel halus yang terbawa dalam gas buang suatu proses dengan menggunakan titik-titik air.

Hal itu disampaikan juri bicara PT RUM, Bintoro Dibyoseputo, sesuai menemui rombongan dosen dan mahasiswa Fakultas Teknik (FT) Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta, di lokasi pabrik, Kamis (15/3).

Bintoro menjelaskan persoalan bau limbah juga ditanyakan dalam pertemuan dengan mahasiswa dan dosen FT UGM tersebut.

"Kedatangan dosen dan mahasiswa FT UGM jurusan mesin dan jurusan elektro ke PT RUM untuk mengetahui teknologi yang digunakan. Namun, juga ditanyakan kenapa muncul bau. Kami jelaskan PT RUM sangat mohon maaf dan prihatin dengan kejadian bau berdampak ke masyarakat. Munculnya bau di luar dugaan dan di luar kapasitas PT RUM karena berawal dari matinya aliran listrik yang di luar perencanaan," papar dia.

Ke depan, ujar Bintoro, PT RUM akan lebih berhati-hati mengelola limbah bau, utamanya bau yang mengganggu masyarakat dengan pemasangan teknologi *Wet Scrubber*. Menurutnya, keberadaan mesin itu diharapkan membantu menghilangkan bau karena bau tidak langsung dituang melalui cerobong setinggi 120 meter tetapi didaur ulang. "Perusahaan berharap bisa melakukan recycle sehingga bau tidak muncul lagi. Pemasangan mesin dilakukan selama sanksi diberikan yaitu 18 bulan. Kedatangan dosen dan mahasiswa FT UGM ini berawal dari surat Dekan FT UGM, Nizam."

Bintoro menjelaskan rombongan UGM bermaksud melihat perkembangan instalasi teknologi pembuatan serat rayon. "Mereka (mahasiswa dan dosen) memahami munculnya bau." Sementara itu, dua dosen FT UGM, Heriyanto dan Afrin, menjelaskan kedatangannya ke PT RUM bertujuan menjalin *link and match* di antara dunia kampus dengan industri. "Misi kami ingin mengetahui teknologi yang digunakan pabrik di sekitar Jogja dan Solo. Ke depan, mahasiswa bisa membuat mesin yang bisa digunakan di pabrik," ujar Afrin. (Trianto Hery Suryono)

Gambar 6. Screenshot Artikel Berita Solopos Edisi 16 Maret 2018

Setelah masa produksi PT RUM di hentikan selama satu bulan, bau limbah PT RUM masih belum hilang. Dalam kesepakatan 19 Januari 2018 disebutkan apabila dalam satu bulan bau limbah masih belum hilang, PT RUM tidak boleh melakukan produksi sampai alat detektor yang dipesan datang. Selama krisis terjadi, PT RUM telah mengupayakan segala cara untuk menghilangkan bau limbah yang menyengat dalam waktu yang ditentukan yaitu 19 Januari-18 Februari 2018 namun gagal. Pada akhirnya PT RUM diberi sanksi untuk tidak beroperasi selama 18 bulan sejak Februari 2018. Tindakan PT RUM menerima sanksi dari pemerintah dan segala upaya yang telah dilakukan untuk menyelesaikan krisis tersebut menunjukkan PT RUM bersungguh-sungguh mempertanggung jawabkan kesalahannya. Pada berita di atas PT RUM menyebutkan akan lebih berhati-hati dalam mengelola limbah (“PT RUM Hati-Hati Kelola Limbah” Maret 16 2018). Artinya PT RUM menunjukkan penyesalan terhadap kesalahan yang dilakukannya.

Dalam kasus ini, kategori yang paling efektif untuk menyelesaikan kasus limbah PT RUM ini adalah kategori *apology*. Hal ini dikarenakan, adanya krisis ini disebabkan oleh kesalahan perusahaan yang awalnya tidak disadari. Oleh sebab itu, tidak ada jalan lain selain meminta maaf dan menerima kenyataan serta mengambil tanggung jawab penuh atas krisis ini. Kategori *apology* sendiri biasa dilakukan pada jenis krisis besar yang tergolong *accidental cluster* yaitu krisis terjadi karena ketidak sengajaan dan *preventable cluster* yaitu, krisis terjadi karena *human error*. Tindakan ini sering digunakan sebagai strategi terakhir jika suatu perusahaan tidak mampu mengatasi krisis yang terjadi. Beberapa penelitian juga menawarkan *apology* (permintaan maaf) karena dianggap lebih efektif untuk membangun kembali reputasi daripada strategi *deny* (menyangkal) ataupun *diminish* (mengurangi) (Claeys, Cauberghe, & Vyncke, 2010).

4. PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa kategori *Justification* mendominasi kategori lainnya dan paling sering digunakan oleh PT RUM sebanyak 18 artikel atau 75% dari 24 berita. PT RUM melakukan strategi SCCT lebih mendominasi pada pertanggung jawaban untuk memperbaiki krisis. Respon yang diterapkan PT RUM bukan penolakan, melainkan bentuk pertanggung jawaban dengan tindakan-tindakan untuk perbaikan penyebab krisis dan pencegahan memburuknya reputasi perusahaan. Walaupun kategori *justification* mendominasi respon PT RUM, kategori ini dinilai belum efektif dalam menyelesaikan krisis. Selain *justification*, kategori yang menonjol kedua adalah *compensation* sebanyak tiga artikel atau 12,5% sepanjang pemberitaan bulan Oktober 2017-April 2018. Kategori ini berisi respon PT RUM berupa pemberian kompensasi sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan. *Apology* ditemukan dalam penelitian ini dengan jumlah 8,3% artikel berita dari total berita keseluruhan. Sebanyak dua artikel berita menyatakan permintaan maaf dan

penyesalan oleh PT RUM. Kategori *excuse* hanya ditemukan sejumlah 4,2% atau satu artikel saja. Sedangkan ke-enam kategori lainnya yaitu *attack the accuser*, *denial*, *scapegoat*, *reminder*, *ingradiation*, dan *victimage* tidak di temukan di dalam pemberitaan media harian Solopos edisi Oktober 2017-April 2018. Meskipun begitu, pesan yang terkandung dalam berita tersebut bermakna sama yaitu menunjukkan bentuk-bentuk pertanggung jawaban dari PT RUM terkait krisis.

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan evaluasi bagi PT Rayon Utama Makmur (RUM) dalam menghadapi krisis, sehingga jika di masa depan muncul kasus serupa, perusahaan dengan *stakeholder*-nya mampu mengantisipasi adanya krisis. Keterbatasan dari penelitian ini adalah hanya menggunakan satu media massa yaitu Solopos dan satu teori komunikasi. Selain itu, penelitian ini hanya berfokus pada respon yang dimuat dalam artikel berita. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan studi kasus dengan wawancara mendalam kepada pihak perusahaan ataupun dapat mengangkat kasus atau peristiwa serupa pada perusahaan yang berbeda menggunakan kategori respon krisis lainnya. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menghasilkan perspektif baru mengenai strategi penyelesaian krisis dan semoga penelitian ini mampu menjadi tolok ukur perusahaan atau organisasi terkait dalam hal meningkatkan reputasi perusahaan.

PERSANTUNAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang diberikan pada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan jurnal publikasi ilmiah yang merupakan syarat untuk menyelesaikan studi strata satu (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Peneliti mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini yaitu kedua orang tua dan kakak-kakak, yang selalu mendukung, mendoakan serta mengingatkan untuk segera menyelesaikan tanggung jawab sebagai mahasiswa. Serta Dr. Dian Purworini, MM selaku dosen pembimbing yang sangat sabar dalam membimbing serta memberi masukan kepada peneliti dalam menyelesaikan jurnal publikasi ilmiah ini. Tidak lupa, para sahabat yang selalu memberikan semangat kepada peneliti dan seluruh pihak yang telah membantu baik yang memberi dukungan moral maupun materiil. Akhir kata semoga jurnal publikasi ilmiah ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadikan pelajaran berharga bagi peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, D. A. M. A., Ashari N. M., & Samani, M. C. (2017). Effect of Rational and Emotional Framing on Highly Involved Audience in Severe Crisis Situation : An Experimental Study on MH370. *Malaysian Journal of Communication*, 33(2), 89–104.
- Ardiyanto, E. (2011). *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Claeys, A., Cauberghe, V., & Vyncke, P. (2010). Restoring Reputation in Times of Crisis: An

- Experimental Study of The Situational Crisis Communication Theory and The Moderating Effects of Locus of Control. *Public Relation Review*, 36, 256–262. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.05.004>
- Coombs, W. T. (2007). Protecting Organization Reputations During a Crisis : The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory. *Journal of Department of Communication Studies*, 10(3), 163–176. Palgrave Macmillan Ltd. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>
- Coombs, W. T., Frandsen, F., Holladay, S. J., & Johansen, W. (2010). Why a concern for apologia and crisis communication ?, 15(4), 337–349. Emerald Group Publishing Limited. DOI 10.1108/13563281011085466
- Coombs, W. Timothy., Holladay, Sherry, J., & An-Sofie, C. (2016). Debunking the Myth of Denial's Effectiveness in Crisis Communication: Context Matters. *Journal of Communication Management*, 20(4), 381-395. Emeraki Group Publishing Limited.
- Dulaney, E., & Gunn, R. (2018). Situational Crisis Communication Theory and the Use of Apologies in Five High-Profile Food-Poisoning Incidents. *Journal of the Indiana Academy of the Social Sciences*, 20(1), Article 5. Available at: <https://digitalcommons.butler.edu/jiass/vol20/iss1/5>
- Eriyanto. (2013). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Fearn-banks, K. (2011). *Crisis Communications: A Casebook Approach, Fourth Edition*.
- Kennardy, G. (2017). Komunikasi Krisis PT Kalbe Farma Dalam Menangani Kasus Kesalahan Pelabelan Obat Buvanest Spinal. Bachelor Thesis. Universitas Multimedia Nusantara.
- Khiambi, D., & Shafer, A. (2015). Corporate Crisis Communication: Examining the Interplay of Reputation and Crisis Response Strategies. *MassCommunication and Society*. DOI:10.1080/15205436.2015.1066013
- Ki, E., & Nekmat, E. (2014). Situational crisis communication and interactivity: Usage and effectiveness of Facebook for crisis management by Fortune 500 companies. *Computersin Human Behavior*, 35, 140–147. Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.02.039>
- Kriyantono, R. (2015). *Public Relations, Issue & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lussak, Assed. (2017). Analysis on Situational Crisis Communication Theory (SCCT) Strategy and Severity Effect toward Crisis Responsibility and Company Reputation in Indonesian Transportation Industry. *International Journal of Innovative Research & Development*, 6(11), 202-210. DOI: 10.24940/ijird/2017/v6/i11/119599-282431-2-SM.
- Neuendorf, K. A. (2001). *The Content Analysis Guidebook*. California: Sage Publication, Inc.
- Nova, F. (2011). *Crisis Public Relations: Strategi PR menghadapi krisis, mengelola isu, membangun citra dan reputasi perusahaan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Prameswari, G.D. (2017). Komunikasi Krisis Perusahaan Minyak Nasional (Studi Kasus: Strategi Komunikasi Krisis Public Relations PT Pertamina (PERSERO) RU II dalam Kasus Fenomena Bintik Kuning di Kelurahan Tanjung Palas-Kota Dumai Tahun 2012). (Skripsi).Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Purworini, D. (2016). *Komunikasi Krisis dalam Konflik Internal Keraton Surakarta Hadiningrat : Studi Kasus Interpretif Tahun 2014-2016*. Universitas Padjajaran.

- Purworini, D. (2017). "Strategi Perusahaan dalam Merespon Dugaan Pelanggaran Hukum: Analisis Kualitatif Strategi Perbaikan Image pada Kasus Beras "Maknyuss"" dalam *UKSW: Kolase Komunikasi di Indonesia*, 21-36. Yogyakarta: Buku Litera.
- Purworini, D., Kuswarno, E., Hadisiwi, P., & Rakhmat, A. (2016). The Naturalization Policy in Online News Media : A Framing Analysis. *Mimbar*, 32(2), 456–464.
- Purworini, D., Kuswarno, E., Hadisiwi, P., & Rakhmat, A. (2017). Crisis Communication in An Internal Conflict: A Social Constructionist Perspective. *Pertanika Journals Social Sciences & Humanities*, 25(S): 1-10.
- Solopos.com. (2017 26 Oktober). Pabriknya di Demo Karena Cemari Lingkungan Ini Penjelasan Presdir PT. RUM Sukoharjo. Retrieved from <http://www.solopos.com/2017/10/26/pabriknya-didemo-karena-cemari-lingkungan-ini-penjelasan-presdir-pt-rum-sukoharjo-863570>
- Solopos.com. (2018 06 Maret). 3 Mahasiswa UMS ditangkap Massa Demo PT RUM di Bundaran Kartasura. Retrieved from <http://soloraya.solopos.com/read/20180306/490/900439/3-mahasiswa-ums-ditangkap-massa-demo-pt-rum-di-bundaran-kartasura>
- SukoharjoneWS.com. (2018 02 Maret). Pengobatan Gratis di Sekitar PT RUM 107 Warga Datang Berobat. Retrieved from <https://sukoharjoneWS.com/ragam/pengobatan-gratis-di-sekitar-pt-rum-107-warga-datang-berobat/>
- Sukoharjo.sorot.co. (2017 26 Oktober). Bau Limbah di Sekitar Pabrik, PT RUM Beralasan Mesin Produksi Bermasalah. Retrieved from <http://sukoharjo.sorot.co/berita-1721-bau-limbah-di-sekitar-pabrik-pt-rum-beralasan-mesin-produksi-bermasalah.html>
- Suyasa, P. B., Yudiaatmaja, F., Yulianthini, N. N. (2016). Pengaruh Kebijakan Kompensasi dan Komunikasi Internal Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *Jurnal Manajemen*, 4.
- Wilandari, R. (2016). Respon krisis keraton kasunanan surakarta dalam media. *Komuniti*, 8(1): 41-46.
- Wulandari, T. D. (2011). Pengaruh Tanggung Jawab Perusahaan dalam Menanggulangi Krisis terhadap Reputasi Perusahaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2): 1-13.
- Zhong, Y., & Low, S. P. (2009). Managing crisis response communication in construction projects—from a complexity perspective. *Disaster Prevention and Management*, 18(3), 270–282. Emerald Group Publishing Limited. DOI 10.1108/09653560910965637